**Comisión Especial de drogas y adicciones, con fines legislativos**
Carpeta Nº 2451 de 2013

Versión Taquigráfica N° 2080 de 2014

# CONSUMO, DISTRIBUCIÓN Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

**Regulación**

**Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 10 de abril de 2014**

**(Sin corregir)**

**PRESIDE:** Señor Representante Julio Bango. Presidente ad hoc.

**MIEMBROS:** Señores Representantes Carlos Coitiño, Pablo Iturralde Viñas, Graciela Matiauda Espino, Felipe Michelini, Jorge Orrico, Nicolás Pereira, Daniel Radío y Sebastián Sabini.

**INVITADOS:** Por el Centro de Fabricantes de Licores, ingeniera Tula González, Edwin Alvarado (Baccardi), Héctor Bajac (CABA), Juan Bado (Chatillón), Eduardo Vázquez (Diageo) y Juan Pablo Sartore (Pernod Ricard).

SEÑORA SECRETARIA.- Corresponde elegir Presidente ad hoc.

**SEÑOR MICHELINI.- Propongo al señor Diputado Bango.**

**SEÑORA SECRETARIA.- Se va a votar.**

(Se vota)

——Cinco en seis: AFIRMATIVA.

**SEÑOR PRESIDENTE ad hoc (Bango).- Habiendo número, está abierta la reunión.**

(Es la hora 13 y 35)

**(Ingresa a Sala una delegación del Centro de Fabricantes de Licores)**

—Damos la bienvenida y agradecemos la comparecencia de la delegación del Centro de Fabricantes de Licores, integrada por su Presidenta, ingeniera química Tula González y por los señores Edwin Alvarado, de

Bacardi; Héctor Bajac, de CABA; Juan Bado, de Chatillon; Eduardo Vázquez, de Diageo y Juan Pablo Sartore, de Pernod Ricard.

El Centro de Fabricantes de Licores, que ustedes representan, había solicitado ya el año pasado ser recibido por esta Comisión. Vamos a escucharlos con mucha atención.

Como ustedes saben, estamos tratando el proyecto de ley de regulación de alcohol y, obviamente, suponemos que han pedido venir a dar su opinión por una temática que les es absolutamente cercana.

**SEÑORA GONZÁLEZ.- Les agradecemos que nos hayan recibido.**

El informe que preparamos dice lo siguiente:

"El Centro de Fabricantes de Licores (CFL), fundado en 1918, es la gremial que agrupa a la industria de elaboración de bebidas alcohólicas destiladas de Uruguay e integra la Cámara de Industrias. El mismo incluye empresas nacionales, de propiedad privada o del Estado, y extranjeras.

Introducción.

El Centro siempre ha mantenido una activa preocupación y proactividad por evitar el consumo problemático de bebidas alcohólicas y en consecuencia está dispuesto a apoyar una estrategia que incluya, entre otros elementos, soluciones normativas tendientes a promover un consumo responsable de bebidas alcohólicas.

Como aspectos más relevantes para vuestra consideración nos parece oportuno señalar:

1) Cuando hablamos de consumo de alcohol nos referimos al criterio de la Organización Mundial de la Salud, que es la cantidad de alcohol absoluto que cada segmento de bebidas introduce al mercado. Esto es, la cantidad de etanol que contiene un determinado volumen de una bebida alcohólica. Según la OMS el consumo per cápita anual de Alcohol Absoluto en nuestro país en los últimos 40 años (reporte de 2011) se ha mantenido estable (en 8.1 litro de Alcohol Absoluto per cápita), y por debajo de la región (Argentina 10.0, Brasil 9.2, y en Chile 8.6).

2) Este mismo organismo multinacional sostiene que la participación de las bebidas destiladas en la entrega total de Alcohol Absoluto a los consumidores en el Uruguay ha caído en los últimos 30 años.

3) En tal sentido las bebidas destiladas entregan en nuestro país 7.15 millones de litros por año, con una graduación promedio de un 40%, lo que representa 2.85 millones de litros del Alcohol Absoluto (Etanol). Esto representa apenas un 17% del total de etanol entregado por bebidas alcohólicas registradas en nuestro país. Sin embargo desde el punto de vista impositivo, las bebidas destiladas aportaron en 2012, según la DGI, el 35% de la recaudación total del Imesi por bebidas alcohólicas, esto excluyendo el vino común que no paga Imesi.

4) Al mismo tiempo hoy Uruguay ocupa los primeros lugares dentro de los países con mayor carga tributaria a las bebidas destiladas en América Latina, solo superado por países como Guayana y Ecuador.

5) Las bebidas destiladas en nuestro país son históricamente las de más difícil acceso por ser las de mayor precio y en consecuencia las de menor distribución. Por tal razón, no son el tipo de bebidas utilizadas para el inicio en el consumo.

6) Todas las empresas que integran el Centro suscribieron el código de autorregulación publicitaria de la Cámara de Anunciantes del Uruguay, el cual incluye un capítulo específico para la publicidad de las bebidas alcohólicas. Asimismo hemos demostrado a lo largo de los años haber invertido en acciones para promover el consumo responsable del alcohol y habernos autoimpuesto advertencias de consumo responsable y prohibición de venta a menores en toda nuestra publicidad.

Concretamente, el código establece entre otras disposiciones en la materia, lo siguiente: 'La publicidad de bebidas alcohólicas debe estar dirigida hacia adultos que elijan beber y no debe ser anunciada de ninguna forma a personas menores de la edad. Los productos de bebidas alcohólicas no deberán ser anunciados en

institutos de enseñanza primaria, secundaria, y en aquellos técnicos que puedan presentar menores de edad entre sus alumnos'.

Recientemente se ha iniciado el desarrollo de instituciones especializadas para la educación sobre la percepción del riesgo y consumo responsable del alcohol en menores con una metodología en la evaluación de los resultados. Al mismo tiempo varios de nuestros socios desarrollan programas de responsabilidad social, para educar jóvenes que quieran trabajar en actividades relacionadas con bebidas alcohólicas, como bartender o turismo, siempre con foco en la importancia del consumo responsable".

Es decir que, en virtud de las cifras que ha aportado la Organización Mundial de la Salud, vemos que en el Uruguay no se vive una situación crítica. El consumo aquí está bajando y son números recientes.

En cuanto a las consideraciones sobre el proyecto, expresamos lo siguiente.

"Nos hemos asesorado en los aspectos técnicos y legales del proyecto a los cuales seguidamente nos referiremos y cuyos informes ponemos desde ya a disposición.

Respecto al análisis específico del proyecto, el Centro cree conveniente destacar los siguientes puntos para que la Comisión los considere de estimarlo pertinente:

1) El proyecto de ley incurre en algunos aspectos inconstitucionales tal como surge de los informes de nuestros asesores legales (Estudio Ferrere, Estudio Mezzera).

El proyecto no respeta el principio de legalidad debido a que deja a la reglamentación cuestiones absolutamente centrales, sin dar las pautas o lineamientos precisos para dictar la reglamentación respectiva (como ser: delegar genéricamente a la URBA cuestiones que pueden ser reguladas por ley formal según la garantía establecida en la Constitución).

2) Ya existen en el Estado las competencias y los recursos públicos necesarios para regular las disposiciones que el proyecto contiene. Por ende, entendemos que no es necesario -ni justifica el enorme costo adicional- la creación de un ente como la Unidad Reguladora (URBA) que no tiene prevista la representación del sector privado (comercio e industria), y tendrá además competencia en un amplísimo rango de materias distintas, desde la recaudación de impuestos hasta medidas asistenciales a individuos, sin ninguna especialización en las múltiples materias que alcanza. Esto crea inconsistencias con respecto a normas legales que organizan las competencias de muchas otras reparticiones públicas -que a su vez ya tienen asignado los recursos fiscales- (como el INAU, Ancap, Inavi, Intendencias, MSP). Un ejemplo reciente de que los órganos competentes están trabajando en la materia, es la Ordenanza Nº 485 del Ministerio de Salud Pública ('seguimiento de jóvenes con episodios de intoxicación por alcohol') y la inauguración en el Hospital de Clínicas de la unidad de trastornos asociados con el alcohol en diciembre de 2013.

3) El Proyecto debería contar con una descripción precisa y cuantificada de los objetivos y acciones concretas a realizar y, consecuentemente, prever una forma de auditar o medir los niveles de éxito de las políticas que se apliquen. En ese sentido, el proyecto no respeta dos de los elementos que según el Mensaje del proyecto son fundamentales en una Estrategia sobre Políticas Públicas en materia de Alcohol como lo son la temporalidad -plazos específicos- y la evaluación de las medidas aplicadas.

4) El Proyecto contiene una serie importante de limitaciones al derecho de empresa y de actividad económica. Allí tenemos las licencias, las limitaciones en promociones y "packing" o presentaciones, limitaciones en cuanto a publicidad, limitaciones en cuanto a los horarios de venta. Estas limitaciones no son razonables en la medida en que no existe una asociación positiva con los efectos deseados. Son simples trabas a una actividad lícita, sin efecto benéfico.

Las siguientes prohibiciones del proyecto de ley son excesivas y no tienen efecto positivo asociado a sus fines:

El Art. 24: Prohíbe vinculación del alcohol con cualquier otro tipo de producto. [...] Esa prohibición es excesiva y no se ve cuál es la finalidad, ya que una prohibición tan amplia no previene el consumo nocivo, ni el dirigido a grupos de riesgo, sino el consumo general, lo cual daña a la industria.

Sí coincidimos en la prohibición de "co- packing" con sustancias cuyas mezclas puedan resultar peligrosas como las bebidas energizantes.

El Art. 37 prohíbe publicidades por cualquier medio realizada durante el horario de protección al menor. La prohibición sería más razonable, cuando abarcara solo programas dirigidos a menores o programas donde la mayoría de la audiencia sean menores. [...]

El mismo Art. 37, en el literal 'e' prohíbe el auspicio de actividades, eventos o indumentaria deportiva. Debería limitarse a equipos con menores de edad, y eventos donde la mayoría de los participantes sean menores de edad.

El mismo Art. 37, en el literal 'i' prohíbe todo tipo de publicidad (digital) no presencial salvo que sea dirigida únicamente a mayores de 18. [...] Debería estar limitada a páginas web y demás audiencias donde la mayoría sean menores de 18.

El Art. 39 prohíbe cualquier tipo de promoción o patrocinio que se realicen en establecimientos, eventos o actividades en los que se admita la presencia de menores de 18. Esto es excesivo, porque por ejemplo en un supermercado no se prohíbe el ingreso de menores. Debería tratarse nuevamente de establecimientos, eventos o actividades donde la mayoría sean menores de 18.

El Art. 42 no solo establece solidaridad para representantes legales, sino también para convencionales (ej. cualquier apoderado), lo que resulta excesivo y carece de sentido jurídico.

5) La premisa que toma el proyecto de ley respecto a un supuesto desproporcionado número de puntos de venta es incorrecto, ya que la atomización de puntos de venta no implica que se venda más bebida alcohólica [...].

Por último, el impacto para los miles de emprendimientos de pequeños puntos de venta donde el rubro bebidas alcohólicas es económicamente relevante, los obligará a perder esta genuina fuente de ingresos o los forzará a pasar a hacerlo desde la informalidad debido a que seguramente no puedan absorber todos los costos adicionales que trae este proyecto de ley [...].

6) Existen ejemplos internacionales que evidencian que las restricciones al expendio no tienen una consecuencia directa de reducción del consumo.

En el trabajo publicado por ICAP (Centro Internacional para Políticas de Alcohol) de enero 2013, titulado 'Disponibilidad física de las bebidas alcohólicas: Monopolios, licencias y densidad de los establecimientos' se señala que el impacto que los controles de la disponibilidad física causan sobre los resultados del consumo de alcohol es inconsistente.

También indica que cuando existen disparidades entre jurisdicciones aledañas o cuando dichas restricciones son rigurosas, los resultados indeseados pueden ser el comercio ilegal transfronterizo y el crecimiento del mercado negro.

Esto puede fomentar el crimen organizado y representar pérdidas económicas para el gobierno y el sector privado, como también pérdidas de empleo.

Avalan las afirmaciones del trabajo de ICAP, 88 referencias.

7) Desde el punto de vista tributario, el proyecto es cuestionable y deja abierta la posibilidad de que la discriminación de tratamiento fiscal entre las diferentes bebidas aumente. Actualmente se da una desproporcionalidad entre el alcohol absoluto vertido al mercado y la carga tributaria según el tipo de bebidas. A modo de ejemplo las bebidas destiladas aportan el 17% del alcohol absoluto y pagan el 35% del Imesi recaudado por todas las bebidas alcohólicas; el vino vierte al mercado el 51% del alcohol absoluto y tributa cero de Imesi. La cerveza vierte al mercado 32% del alcohol absoluto, no obstante lo cual recibe subsidios millonarios del Estado.

En este sentido, en el mercado de los destilados, en caso de que esta pesada carga tributaria sea aumentada, generará altos riesgos de ocurrencia de problemas que hoy no tiene el Uruguay, como ser un contrabando

elevado, informalidad de comercialización y falsificación de productos -en desmedro de la salubridad de los consumidores- y todo esto dado que la rigidez, la desproporcionada restricción y los elevados costos resultantes de este proyecto representan un incentivo muy grande para esas patologías".

Podemos mencionar dos ejemplos: el de Suecia y el de Finlandia. En este último, los destilados han tenido monopolio desde el siglo XIX, restricciones enormes y hoy en día solo se venden a través del Estado. Además, hay una fuerte carga impositiva y tenemos un consumo que está por encima de la media europea y muy por encima de Uruguay. O sea que la restricción al acceso no garantiza la disminución del consumo. En el caso de Suecia, tiene un sistema monopólico de comercialización de bebidas alcohólicas, una fuerte carga impositiva y está prohibida la publicidad. Sin embargo, tenemos un consumo per cápita de 10,3 litros, y en Uruguay es de 8,1 litros.

Continúa el informe: "Cabe destacar sobre el riesgo de productos falsificados que en Brasil existe una verdadera industria clandestina de alcohol, tal como lo reflejan investigaciones realizadas al respecto. En el informe de un grupo de científicos de la Universidad de San Pablo (Cebride) sobre la investigación que realizaron en los Estados de San Pablo (2010) y Minas Gerais (2011/2012) del consumo de bebidas alcohólicas producidas ilegalmente, se dice que de acuerdo al Ministerio de Agricultura en Brasil existen aproximadamente entre 30.000 y 40.000 alambiques de los cuales un 95.5% son clandestinos.

Agregan además que los decomisos realizados por la policía brasileña de bebidas alcohólicas falsificadas y adulteradas, han permitido detectar en ellas sustancias tóxicas o niveles de contaminación por encima de los límites legales.

En caso de que los costos y restricciones de los productos legítimos aumenten, el riesgo de ingreso de este tipo de mercadería clandestina al mercado nacional será altamente probable. Esto trae aparejado dos temas muy sensibles, por un lado el impacto en la salud de los consumidores y la aparición de canales de distribución informal.

8) Otro trabajo de ICAP, 'El marketing del alcohol y los jóvenes' (2013), en el apartado La Evidencia señala que las principales influencias sobre el consumo de alcohol entre los jóvenes son los padres y los pares.

Aportes constructivos:

Entendemos que la fundamentación del proyecto y varios aspectos de su aproximación al problema hacen más hincapié en las consecuencias negativas que en el verdadero origen de los problemas.

En síntesis: el consumo problemático no es consecuencia de la facilidad del acceso a las bebidas alcohólicas, sino que es consecuencia de disfunciones sociales e individuales de los consumidores problemáticos. La literatura al respecto destaca que estas disfunciones no se resuelven haciendo más cara la bebida alcohólica o limitando el número de puntos de venta.

Los pilares para prevenir y solucionar estas cuestiones vienen a través de la educación, la contención familiar y social y una eficaz fiscalización.

Una prueba de que la clave es el foco en la educación puede demostrarse con estudios estadísticos [...] que demuestran cómo la mayoría de la población no conoce información básica como: que la mujer tiene menos tolerancia al consumo del alcohol, o lo que es peor a elevados porcentajes de la población les parece bien que menores consuman alcohol en sus casas.

El Centro de Fabricantes de Licores se manifiesta definitivamente a favor del combate al consumo abusivo de bebidas alcohólicas. Pero, de todas formas, entiende que una reglamentación de estas cuestiones no debe perder de vista que estas bebidas son productos absolutamente lícitos y que no son -en sí mismos- los causantes de ese consumo abusivo.

Nuestro país está -afortunadamente- viviendo una consecuencia clara del reconocimiento de este concepto. Durante los últimos cinco años hemos constatado la inexistencia de accidentes mortales producto de las fiestas de la 'Nostalgia'. Pero eso no se produjo como consecuencia de una limitación del acceso a las bebidas alcohólicas sino al simple hecho de aplicar las normas de tránsito y fiscalizar de manera estricta que los conductores no hubieran bebido. Al mismo tiempo esto se vio complementado por una fuerte inversión en

campañas de educación por parte del Estado y de la industria como parte de su activa y voluntaria política de responsabilidad social. En suma, se aplicó la herramienta existente y concreta para combatir una infracción grave de tránsito, tratada y combatida como tal.

El Centro de Fabricantes de Licores propone las siguientes acciones inmediatas que permitirían encarar el problema:

1) Acciones de educación en conjunto con el Ministerio de Educación y Cultura dirigidas a la población vulnerable con objetivos claros y medibles. Como ejemplo en todos los establecimientos educacionales públicos y privados se estimulará la formación de hábitos de vida saludable, y el desarrollo de factores protectores contra el abuso del alcohol.

2) Promover acciones para concientizar sobre la percepción del riesgo a quien sirve bebidas en establecimientos y garantizar su responsabilidad en el consumo del alcohol e incluir materias de expendio responsable en los oficios vinculados a la comercialización de bebidas alcohólicas a los consumidores.

3) Incentivar fiscalmente a las empresas que tributan IRAE, de modo tal que puedan deducir de sus impuestos las posibles contribuciones a ONG y/o programas dirigidos a sectores vulnerables o en riesgo, atacando la problemática que enfoca el proyecto de ley del alcohol, así como en sus propias plataformas de educación en la industria.

4) Establecer y fiscalizar fuertemente el horario de término del expendio de bebidas alcohólicas en las discotecas y locales bailables. Habilitar a estos locales la contratación de servicio policial y de control de alcoholemia por parte de la entidad estatal que corresponda a fin de reforzar el cumplimiento de las normas vigentes.

5) Conjuntamente con el numeral anterior, prohibir el consumo de bebidas alcohólicas en vía pública salvo casos excepcionales como ser eventos o actividades de interés turístico, donde compartimos la postura adoptada en esta comisión por la Ministra de Turismo. También aportamos evidencia de que un 72% de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con que se prohíba el consumo en la vía pública.

6) Importa también en esta materia el concepto de responsabilidad de los padres. En ese sentido, el Código de la Niñez y la Adolescencia contiene normas relevantes que permiten una acción de combate al consumo adolescente de bebidas alcohólicas, arts. 117 a 127. Es muy importante que los poderes públicos tengan mecanismos de coordinación eficaces para su acción conjunta en cuanto a esto. Y queremos resaltar que ese Código prevé, art. 127, lo siguiente: 'Si se configuraren elementos de convicción suficientes como para atribuir responsabilidad penal a los padres, responsables o terceros, se pasarán los antecedentes al Juzgado Letrado de Primera Instancia en lo Penal o al Juzgado Letrado de Primera Instancia del Interior, que corresponda'.

Esta es una herramienta de gran trascendencia para casos en los que pueda comprobarse la tolerancia de los padres al consumo de sus hijos menores, que como hemos dicho se cifra en el 56% de los encuestados. Esto debe ser al mismo tiempo comunicado a la población por los medios de difusión masiva de las leyes (por ejemplo en comerciales de TV) tan usados en estos últimos tiempos.

7) Difundir la adhesión al código de autorregulación de la Cámara de Anunciantes del Uruguay entre todas las empresas que comercializan bebidas alcohólicas y los medios de comunicación.

8) Prohibir la venta de bebida alcohólica sin envase o en la modalidad conocida 'como bebida suelta' de cualquier origen.

9) Fiscalizar el expendio informal (ferias, parques, rambla) de bebidas alcohólicas, en donde no se respeta la edad legal para la venta y el consumo de alcohol, así como el cumplimiento regulatorio de los productos (registros de Ancap, estampillas fiscales, bromatología, etc.).

Mensaje final.

Hemos aportado para vuestra consideración nueve medidas que contribuyen a atacar el problema del abuso del alcohol y que son de aplicación simple e inmediata, de bajo costo y probada efectividad.

Entendemos que el proyecto en consideración no resuelve el problema de fondo, adolece de inconstitucionalidad, es poco preciso, y genera mayores costos monetarios a la sociedad. Deja librado a la reglamentación tareas sin control parlamentario y no delimita las potestades de un organismo como el propuesto en este proyecto.

Por último este proyecto de ley impactará en la gran mayoría de los consumidores que son los que disfrutan de un consumo responsable de bebidas alcohólicas.

Nos ponemos a disposición para aportar material y evidencia científica de otros países, así como todo otro aporte que consideren oportuno".

En la última imagen podrán ver un listado de documentos para entregar a la Comisión, que han sido el fundamento de este trabajo que hicimos.

**SEÑOR SABINI.- Muchas gracias por la exposición y los materiales que han traído. Seguramente serán de mucha utilidad.**

Voy a hacer algunos comentarios y una pregunta final.

Algunas de las cuestiones que plantean en la propuesta ya están integradas en el proyecto, por ejemplo, la relativa al consumo en la vía pública. Ese es un punto de debate en la Comisión. Personalmente, soy contrario a esta medida, porque si uno prohíbe o limita el consumo en la vía pública, en realidad, deja dos posibilidades: el consumo en el hogar o en un bar o pub. A mi entender, el problema que se genera aquí es que hay muchas personas que no pueden pagar una bebida en un bar porque el costo es mayor o no tienen un espacio para hacerlo en forma privada. Entonces, con esta medida estaríamos afectando a esas personas. Quizás se pueda pensar en algún tipo de regulación de espacios. De todas formas, desde mi punto de vista, allí no está el centro del problema.

En la cuestión educativa estamos todos de acuerdo. Prevenir e informar son mecanismos claves.

El proyecto apunta, sobre todo, a una regulación. Entendemos que el mercado de alcohol tiene una serie de regulaciones muy importantes, por ejemplo en cuanto a los puntos de acceso. Hay muchos lugares donde las personas pueden conseguir alcohol. Quizás por ese motivo no tenemos el problema del mercado negro o, si lo tenemos, es muy reducido.

Todas las regulaciones necesitan recursos para su fiscalización. Por eso se establece un marco a través del cual se dispone que las empresas deben aportar.

Con respecto a las exoneraciones impositivas -esta es una opinión personal, que no involucra a mi bancada-, a través de las cuales los privados descuentan IRAE u otro impuesto, y que están destinadas a ONG, que pueden realizar un trabajo muy valorable, carecen de la integralidad que deben tener las políticas públicas, sean o no de mi agrado. Por tanto, pierden consistencia. Entonces, creo que lo mejor en esos casos es que las empresas aporten y los públicos, con espacios de intercambio definan las políticas. De lo contrario, se pueden generar hasta lobby entre ONG y las empresas. A mí me parece que ese tipo de cosas hay que tratar de evitarlas.

Por último, quiero saber concretamente cuáles son las inconstitucionalidades que contiene este proyecto.

**SEÑOR MICHELINI.- Agradezco a la delegación que nos visita. Han hecho una presentación ordenada, sustanciosa y concreta.**

En primer lugar, con respecto a las invocaciones a las inconstitucionalidades que han realizado, quiero clarificar que todo proyecto de ley puede ser objeto de ellas. Tenemos un cierto nivel de laxitud en cuanto a este tema. En definitiva, esa no es la parte que más me preocupa. De acuerdo al texto constitucional, los derechos pueden ser limitados por ley por razones de interés general. Allí hay un espacio de interpretación que, naturalmente, depende también del intérprete. Es un debate que se mantiene en espacios técnicos, pero también en un espacio netamente político- partidario, en el cual lo técnico deja de tener relevancia.

En segundo término, efectivamente, si tomamos como ciertas las cifras de otras sociedades, como la sueca y la finlandesa, me da la impresión de que aun con todas esas medidas restrictivas tienen esa dificultad. Uno podría preguntarse -en una argumentación contrafáctica- qué pasaría si no tuviesen esos niveles de control, que por algo los pusieron. Ambas son sociedades altamente desarrolladas; a mí me gustaría compararlas con sociedades con los mismos climas como, por ejemplo, algunas zonas de Rusia, y que no tengan ese nivel de control. Sin perjuicio de eso, puedo entender la línea argumental: ¡atención: aun en el caso de instalar las medidas que promueve el proyecto de ley, los efectos no necesariamente van a ser los deseados!

En tercer lugar, considerando que las medidas sugeridas son interesantes y, probablemente, algunas puedan ser aplicadas ahora, parten de la idea de que el diseño institucional del Estado uruguayo es óptimo, cuando todos sabemos que no lo es. Por ejemplo, en el tema del alcohol están involucrados el Instituto Nacional del Niño y el Adolescente, los Gobiernos Departamentales, el Ministerio del Interior, el Ministerio de Salud Pública, el Ministerio de Industria en lo que hace a la producción, etcétera. Comparto que hay claras divergencias en materia impositiva en relación con lo que se supone que no se debe promover en la industria; por un lado, se imponen fuertes tasas para productos similares y, por otro, se los termina subvencionando. Nos damos cuenta de ello; ahora bien, esas lógicas responden a diseños institucionales, en el mejor de los casos, desordenados -que no vienen ni de este gobierno ni del anterior-, que buscaban promover o proteger una fuente de trabajo o una industria nacional. O sea, tienen lógicas diferenciadas.

Por último, me parece que la gran virtud del proyecto es que intenta poner cierto orden, y me gustaría conocer la opinión de la visita a ese respecto. Aquí, uno instala una estación de servicio o un quiosco y, enseguida, pone el expendio de bebidas alcohólicas. Se hace una licitación de un bar en una mutualista y como norma expresa se dice que no se pueden expender bebidas alcohólicas, porque si no se pusiera esa cláusula específica, se venderían allí. Ustedes, como representantes del sector, ¿no piensan que empezar a ordenar a través de franquicias, licencias, etcétera, puede traer beneficios? Hay experiencias en el mundo que indican que, sin llegar a una restricción absoluta, es bueno establecer cierto orden.

Me parece que la gran virtud del proyecto es que ustedes estén aquí, porque es un tema que estaba silenciado, pese a los esfuerzos de responsabilidad empresarial. Imagino que ustedes son los primeros que no quieren que haya abusos en el consumo que ustedes producen, importan o venden, porque si se llega a un nivel intolerable, la sociedad va a tomar medidas. Desde esa perspectiva, ¿es impensable la posibilidad de empezar a poner cierto orden? Me hago cargo de que hay legislación que no se cumple, por ejemplo, con respecto al control sobre los menores de edad o el expendio en la vía pública. Si en determinados días se puede vender alcohol en una plaza o en la playa, no se cumple ninguna norma. Soy de los que les gusta que haya normas, pero tal vez parte del problema sea que no hay ningún tipo de licencia; entonces, no tiene valor tener el producto.

**SEÑOR RADÍO.- A mi juicio, el tema estaba peor que silenciado. Siempre pongo los mismos ejemplos. La fiesta popular más convocante del Uruguay tiene el auspicio de una marca de cervezas y, además, promueve que no se sequen las gargantas. Hay dos empresas que promueven el carnaval en Uruguay: Antel y Pilsen; una con plata de todos nosotros, además, y otra es una empresa privada; ahora, parece que nos queremos pasar para el otro lado. Además, teníamos festivales de rock; el premio al mejor jugador de fútbol era "El jugador Mac Pay". Ahora, de golpe y porrazo, a los bandazos -como acostumbramos en este país-, queremos pasar, antes que nada y como siempre, a generar una institucionalidad. A este respecto, quiero señalar algunas coincidencias con los comentarios que se han hecho porque, si bien la institucionalidad uruguaya no es óptima, mucho menos lo es seguir colgando chirimbolos del arbolito de Navidad de la Presidencia de la República. Nosotros somos bien críticos de eso; nos parece que no se puede seguir poniendo organismos en el superministerio de la Presidencia, que no tiene control parlamentario -insisto-, por más que se diga que las distintas instancias pueden tener control por separado. Ya sabemos de qué se trata: de generar superestructuras, de recaudar, cuando tenemos mil instancias que podrían estar haciendo las cosas bien. Si se hacen las cosas mal, habría que empezar a controlar y a hacerlas bien.**

Me parece muy importante agradecer el planteo, que es muy serio y ordenado, independientemente de que tengo algunos matices. Sobre todo, destaco la coincidencia con respecto a lo institucional. Considero de mal gusto seguir creando institucionalidad. ¿Cada sustancia que discutamos en esta Comisión va a tener un instituto? ¿Cada vez que discutamos sobre una sustancia nueva vamos a crear una institución nueva, vamos a pedir licencias, vamos a recaudar y vamos a seguir en esta lógica? Pienso que eso sería un error.

**SEÑOR PRESIDENTE.- Ustedes están de acuerdo con la prohibición del consumo en la vía pública y me gustaría saber por qué. ¿Lo plantean desde la lógica de la responsabilidad social y, como ciudadanos de este país, les parece que eso es un problema? ¿O tiene que ver con que si la gente no puede consumir en la vía pública lo haría en lugares habilitados a ese fin? Eso es lo único en que están de acuerdo con el proyecto, porque, si entendí bien, les parece que no debe haber ley o, por lo menos, que esta no es adecuada.**

Les quiero adelantar que yo no estoy de acuerdo con la prohibición del consumo en la vía pública -en esto no represento a mi bancada, que no lo ha discutido-, porque creo que eso afecta los derechos individuales. Además, tenemos una ley de faltas -cuya constitucionalidad ha sido ratificada en los últimos tiempos- que, precisamente, define como falta que una persona, habiendo consumido en exceso, esté generando problemas a sí misma o a terceros en la vía pública. Por lo tanto, ya hay una legislación que se encarga de resolver los problemas o disrupciones que se puedan generar por el consumo en la vía pública. Entonces, me gustaría saber cuál sería el fundamento, para ustedes, de esta prohibición.

SEÑORA MATIAUDA.- Agradezco a la delegación el trabajo serio que ha realizado, que para nosotros es una herramienta más para trabajar.

Tal como lo señaló el señor Diputado Radío y contrariamente a lo que expresó el señor Diputado Michelini, yo creo que el orden lo tenemos. Lo que realmente falta es lograr que se lleve a cabo ese control que tendría que realizar el propio Estado. No se puede lograr que se deje de tomar alcohol sin educar ni concientizar. Entonces, en primer lugar debemos abocarnos a eso sin seguir creando leyes que después -como se ha dicho- no se hacen cumplir.

Por otra parte, tanto a ustedes como a otras delegaciones que han concurrido, les preocupa esta nueva institución, la URBA, de la que quedan excluidos; de alguna manera son parte de ella pero no tienen espacio para expresarse. Me parece que eso no debería ser así.

Por otra parte, el artículo 24 deja entrever que todas estas bebidas deben ser expuestas en algún lugar oculto, teniendo en cuenta a los menores. En este sentido, me preocupa un aspecto en el que aquí no se ha hecho mucho hincapié y es que existen empresas familiares que producen en el propio hogar esos licores que a todos nos gustan tanto y de esta manera estaríamos quitando el derecho de esa mujer -ya que generalmente es la que los hace- a realizar un aporte a su hogar. Esto no está contemplado en el proyecto.

Reitero que la preocupación de ustedes es la de muchos. Ojalá que seamos capaces no de seguir creando más leyes sino de hacer respetar las que tenemos.

**SEÑOR VÁZQUEZ.- Se formularon muchas preguntas pero trataremos de responder a todas.**

En varias de las intervenciones apareció la inquietud relativa a hasta qué punto debe regularse o no el acceso y a si tenemos un problema con el número de puntos de venta que expenden bebidas alcohólicas. Parecería que de manera implícita en este proyecto se considera que existe un problema por el exceso de puntos de venta de alcohol. De algún modo, esa es la premisa y a partir de ella se genera el tema de las licencias y demás.

Quisiera ilustrar el contexto con datos reales. En Uruguay, de acuerdo con el número de población adulta y los puntos de venta de bebidas alcohólicas, existe un ratio de 136 adultos por punto de venta. Estos son datos sobre la base de información de ID Retail, que es la auditoría de negocios que mide el universo de cerveza, que es la bebida alcohólica más distribuida. En Argentina el número de adultos por punto de venta es 97 y en Chile 372. Uno podría pensar que Uruguay tiene un número de adultos demasiado pequeño si considera el de Chile. Pero en ese sentido debemos considerar que Uruguay eligió un modelo de distribución fragmentada de sus alimentos, razón por la cual existen una serie de restricciones para el crecimiento de las grandes cadenas de supermercado. En nuestro país las grandes cadenas de supermercado sobre el conjunto del consumo representan un 30%; en Argentina representan un 35% y en Chile un 60%. Entonces, parecería que Uruguay tiene un número de adultos por punto de venta razonable cuando lo comparamos con mercados que tienen un grado de concentración muy superior al nuestro.

Por lo tanto, es difícil pretender ir a un modelo de distribución pulverizada de nuestros alimentos para preservar al pequeño comerciante de las grandes superficies y luego presumir que a nivel de bebidas alcohólicas debería pasar algo diferente. En este rubro pasa lo mismo que en cualquier otra categoría de alimentos. Nosotros, como país, elegimos un modelo que se ve reflejado en esta situación

Entonces, el número de personas que llega a una bebida alcohólica tiene que ver con ese grado de concentración.

En cuanto a nuestra opinión acerca de la existencia de licencias podemos decir que creemos que estas se están armando como un mecanismo de reducción de esa distribución cuando, en realidad, como país elegimos un modelo de distribución fragmentada. Podríamos apuntar a un modelo como el de Chile en el que las bebidas alcohólicas se venden solamente en las grandes superficies y, probablemente, en ese caso el número de personas por punto de venta sea muy superior, pero no parece haber sido esa la modalidad que hemos tomado en otros frentes. Nosotros creemos que las licencias, desde el punto de vista de la restricción del número de lugares de venta, no tienen sentido considerando la modalidad que hemos elegido como esquema de distribución de alimentos.

**SEÑOR SABINI.- En parte el problema es el que describe el señor Vázquez pero, en realidad, tiene que ver con la fiscalización. Resulta claro que el espíritu del proyecto no es concentrar. Sin embargo, desde mi punto de vista también resulta bastante claro que, cuando uno regula, los comercios chicos tienen más dificultades para pagar la licencia, etcétera. Este es un tema que también está a discusión y tiene que ver con cómo generar condiciones para que la fiscalización pueda realizarse sin perjudicar a los expendedores más chicos.**

De lo que se trata es de que tengamos una herramienta para la fiscalización y no solo una multa -como puede ocurrir hoy- si un comercio vende fuera de hora o a un menor, que son situaciones que queremos evitar. Lógicamente, puede ser que en una empresa grande como un supermercado esa situación no ocurra y sea más difícil que tenga lugar en un barrio. Pero si se constata que eso está ocurriendo debemos tener una herramienta que vaya más allá de una multa, porque si el riesgo que tiene el comerciante por vender fuera de hora o a menores -la curva de utilidad, como la llaman los economistas- aumenta, esperamos que esa acción -que no sucede en el ciento por ciento de las ventas; salvo en casos muy particulares- no se dé más porque se perdería la posibilidad de la venta. Creo que la licencia debe entenderse en ese sentido, es decir, como una herramienta de fiscalización. No hemos pensado en un sistema como este -que tiene mucho que ver con otros proyectos que se han trabajado en la Cámara- por capricho sino como un instrumento.

SEÑOR BAJAC.- Quisiera complementar la exposición realizada por el señor Vázquez y, de alguna manera, hacer referencia a lo manifestado por el señor Diputado Sabini en cuanto a que la licencia permitiría un mayor control; básicamente, esa es la lógica, ya que al contarse con las licencias se puede controlar más.

De todos modos, hay algunos aspectos que debemos tener en cuenta. En muchos países, y a lo largo de los últimos cien años, el alcohol ha recibido tratamientos diversos y se han realizado múltiples experimentos, muchos de los cuales fracasaron; el más conocido es el que realizó Estados Unidos con la Ley Seca.

El alcohol, cuando tiene que llegar porque hay demanda, llega, ya sea de manera legal o ilegal.

Todos los que estamos sentados alrededor de esta mesa nacimos después de 1930, y no tenemos por qué conocer algunos datos, pero cuando se creó Ancap, en dicho año, comenzó a producir alcohol. ¿Por qué? Porque Uruguay estaba minado de bebidas clandestinas. Esto no tiene por qué saberlo ninguno de los presentes; yo lo aprendí estudiando historia, al surgirme ciertas inquietudes sobre por qué Ancap producía alcohol o cuál era el antecedente. En realidad, Uruguay era como el estado de Minas Gerais que recién describió la doctora González; treinta mil alambiques clandestinos; no hay ningún control bromatológico de lo que se toma, ni de su composición; canales de distribución ilegales, que además de vender bebida ilegal pueden vender droga, porque una vez que el canal está establecido, ya sea para contrabando de bebidas, de armas o de ropa, todo puede suceder; y si además hay falsificación, la situación es muchísimo más grave.

En realidad, quisiera hacer esta reflexión porque el tema de la bebida es un poco particular; sin duda, no es como el mercado de los autos, que es bastante más fácil de controlar. La bebida es difícil de controlar, al igual que las drogas, aunque se está tratando de accionar en ese sentido. En realidad, la bebida es parte de

nuestra cultura, de nuestra vida, por lo que debemos tener cuidado cuando se ponen trabas, porque eso puede provocar que se generen bebidas y canales clandestinos.

Entonces, hay que preguntarse si la licencia sería una solución o agravaría el problema. Esto es como los impuestos; nosotros sabemos que tenemos los impuestos más elevados de América Latina, pero si los elevamos más, ¿qué va a pasar? Lo sabemos perfectamente: se va a producir el contrabando, y con ello van a surgir canales que venderán la bebida en forma ilegal. Además, para los contrabandistas va a ser muy fácil vender bebida falsificada, con la que van a ganar mucho más dinero que con la bebida de contrabando pero genuina. Por lo tanto, los impuestos y las licencias van a fomentar un comercio ilegal de bebidas.

En realidad, este mercado de bebidas es particular; si habláramos de otros productos, el razonamiento podría aplicarse, pero en el caso de las bebidas el tema es la demanda y no tanto la oferta; nosotros creemos que podemos controlar el consumo controlando la oferta; y esto es una ilusión.

Por todo esto, las licencias pueden ser contraproducentes, ya que los comercios que hoy venden productos legítimos, cuando no tengan la licencia van a vender productos ilegítimos, porque no van a dejar de vender, y ese es un peligro para la población; es un arma de doble filo. Eso podría resultar en un mundo perfecto, o si tuviéramos otra cultura, respetáramos las leyes, se controlaran las leyes. Sin duda, un alemán que no tuviera la licencia correspondiente no vendería bebidas alcohólicas, pero los uruguayos somos distintos, y quien no tenga la licencia, de todas formas, se arreglará para vender, y dirá: "No vendo de acá, pero vendo de allá".

**SEÑOR VÁZQUEZ.- Se nos preguntó por qué creemos que el consumo en la vía pública debe ser prohibido, y me gustaría contestar esa inquietud.**

Comparto la preocupación que ustedes manifestaron en cuanto a que cualquier ejercicio tendiente a privar la libertad de las personas debe ser muy ponderado. Nosotros creemos que el principal problema que tenemos en cuanto al abuso en el consumo -y que moviliza a nuestra sociedad- es el aumento del consumo en los menores. Sin duda, también hay otras situaciones de abuso, pero ese es el problema más removedor, que no solo vivimos como industria, sino también como padres, cuando uno de nuestros hijos adolescentes sale de noche y no sabemos en qué condiciones la va a pasar.

Además, la gente en general tiene un alto nivel de ignorancia con respecto al problema del alcohol. En ese sentido, trajimos los datos de una encuesta que llevamos a cabo conjuntamente con una encuesta que realizó Unasev -nos pegamos a la cola de esa encuesta para hacer algunas preguntas específicas sobre abuso en el consumo-, y la verdad es que la situación es muy preocupante, porque más del 50% de la población adulta encuestada manifestó que no considera un problema -o es tolerante en ese sentido- el consumo de alcohol por parte de menores.

Entonces, podemos poner todo tipo de restricciones en cuanto a las ventas y licencias, e inventar una maquinaria de fiscalización y control, pero eso no dará resultado si no tomamos en cuenta que los padres de este país no advierten como un problema que sus hijos consuman bebidas alcohólicas, y si lo consideran un problema no saben cómo resolverlo.

**SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Qué le hace pensar que si prohibimos el consumo en la vía pública, los padres que permiten que sus hijos beban alcohol no permitirán que lo hagan en su casa o con amigos?**

**SEÑOR VÁZQUEZ.- Nosotros creemos que cerrando espacios de consumo, necesariamente, esos grupos deberán consumir en un hogar o en un establecimiento, y allí las posibilidades de que haya un adulto supervisando son mayores. En realidad, esa es una suposición muy fuerte.**

**SEÑOR PRESIDENTE.- Sin duda, lo es, pero usted dijo que el 53% de los adultos entienden que está bien que sus hijos consuman alcohol.**

**SEÑORA GONZÁLEZ.- Pero una cosa es el consumo y otra el abuso; en realidad, la falta de control lleva al abuso.**

**SEÑOR PRESIDENTE.- Queda una consulta sin responder sobre el tema de la inconstitucionalidad.**

**SEÑORA GONZÁLEZ.- Al respecto nosotros nos remitimos a los informes que vamos a entregar a los señores Diputados.**

Ninguno de nosotros es especialista en el tema o abogado, por lo que nos basamos en los informes que recibimos de los estudios Ferrer y Mezzera.

Si no recuerdo mal, la preocupación planteada refería al cheque en blanco que se le daba a la UVA, ya que muchos aspectos quedan delegados a la reglamentación que lleve a cabo la Unidad de Verificación Aduanera.

**SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Pueden dejarnos copia de esos informes?**

**SEÑORA GONZÁLEZ.- Dejaremos una copia para cada uno de los señores Diputados.**

**SEÑOR VÁZQUEZ.- Coincido con la aseveración realizada por el señor Diputado Michelini en cuanto a que la inconstitucionalidad no es el principal problema.**

La inconstitucionalidad que notamos actualmente refiere, como dijo la ingeniera González, a la falta de especificidad en algunas definiciones, algo que se corrige fácilmente. En realidad, nuestras principales preocupaciones refieren a otros temas, porque este es un problema de forma -invitamos a esa falta de especificidad se corrija- pero no invalida la ley.

En cuanto a la ley, la pregunta realizada fue: ¿Ustedes consideran que tenemos un problema y que precisamos una ley? Y me parece que es una pregunta más que oportuna. Nosotros creemos que es bueno que exista una política del alcohol; definitivamente, creemos que eso es bueno. Pensamos que hay elementos del proyecto de ley que también son buenos y, de hecho, estamos listando algunas intervenciones que recomendamos. Eso no significa que estemos de acuerdo con todo lo que dice el proyecto.

Queremos dejar muy claro que tenemos, definitivamente, algunos problemas de abuso de alcohol en el Uruguay. El abuso de alcohol por parte de menores es un problema para el que, probablemente, no sea suficiente una ley para resolverlo. Precisamos un esfuerzo por parte de las familias, un esfuerzo individual, tener conversaciones con los hijos, que muchos evitan y que deben mantenerse.

Por otro lado, la fiscalización es importante. Esto no significa evitarla; como empresarios que somos queremos que haya fiscalización. Cuando esta no existe, en realidad, el mercado se informaliza y quienes cumplen las leyes son los que se ven más expuestos. Entonces, nosotros definitivamente queremos que haya fiscalización.

Sin embargo, no estamos seguros de que la creación de nuevas entidades o de un nuevo cuerpo normativo nos vaya a traer la fiscalización. La realidad es que se precisa -como alguien dijo- que la ejecución acontezca y que las normas que ya nos regulan se apliquen de forma eficiente con todo el rigor que la ley exige para quien venda a un menor o para quien incumple con lo que existe.

Resumiendo: creemos que es bueno que exista una política de alcohol, consideramos que este proyecto de ley tiene algunos elementos positivos, pero vemos también muchas posibilidades de mejoras.

**SEÑOR MICHELINI.- Quiero reiterar mi agradecimiento por este diálogo, ya que no siempre es posible intercambiar con rigor. Nuestra tesitura, en general, es la de escuchar, preguntar y no intercambiar, pero en la medida en que hay una reflexión atrás es bien interesante y bienvenido este intercambio.**

Creo que el problema para tener una política pública con relación al consumo de alcohol y sus efectos problemáticos tiene una dificultad previa, que es la relación con la cultura y con los hábitos que, obviamente, son lo más difícil de cambiar. Y aún más cuando la sociedad uruguaya tiene una idea de sí misma que no necesariamente coincide con su realidad. La realidad de la familia uruguaya hoy no es la que nosotros pensamos y todos los datos lo indican. Por ejemplo, algunos de los problemas que tenemos en materia educativa o en la exigencia de resultados es, precisamente, por esa estructura familiar tradicional de una pareja heterosexual monogámica, con uno o dos hijos a cargo que, en el mejor de los casos es una minoría

mayor. Además, los arreglos familiares son de todo tipo y color; algunos para bien, otros no, y las intervenciones estatales no necesariamente dejan un buen registro de modificación de dichos arreglos.

Coincido con que seguir agregando al órgano Presidencia de la República nuevos cometidos y agencias especializadas, por lo menos, es de crítica oportunidad y de dudosa constitucionalidad; no tengo dificultad en admitirlo. Ahora, esto tampoco lo inventó este Gobierno ni el anterior.

Ahora, estamos en la lógica del atajo, porque hay estructuras obsoletas y difíciles para imponerles nuevos cometidos. Una política pública de consumo de alcohol y sus derivados problemáticos debería estar en el marco del Ministerio de Salud Pública con dotes más fuertes. Por ejemplo, cuando a la Dirección General Impositiva se le dotó de condiciones y capacidades, empezó a funcionar mejor, aunque quizá no tan bien como debiera, pero sí mucho mejor.

Quería preguntar lo siguiente. Si se trata de generar y construir una política pública de consumo de alcohol y sus problemas, ¿qué modelo en el mundo, la organización que ustedes representan, piensan que podría adaptarse o asemejarse como una experiencia -no a trasladar mecánicamente-, a identificar con más virtudes que defectos?

Por cierto que podemos remitirnos a la historia e imagino que cuando se instaló Ancap, y se le dio el monopolio de la producción del alcohol, no fue algo pacífico; imagino que fue un debate institucional, político y constitucional enorme, porque refleja las opciones de políticas públicas que a veces son tácitas.

Entonces, si las grandes superficies tienen un alto contenido de expendio de alcohol, tal vez, las licencias de grandes superficies deberían tener requisitos mucho mayores que el almacenero de barrio que llega con cuatro o cinco productos y no tiene todo el marketing que desarrolla una gran superficie, ahora vinculado, además, a los mecanismos de financiamiento más a la publicidad.

Por lo tanto, mi apuesta a la licencia es a discriminar. Que haya licencia no quiere decir que no sea indiscriminada. Y tal vez se pueda decir que las nuevas estaciones de servicio no van con licencia para vender alcohol. Las que la tienen ya está, pero las nuevas no. Porque si usted quiere poner venta de alcohol, le va a costar tanto y no a voy a expender alcohol sobre la base de una razón social de servicios de venta de nafta.

Se podrá decir que mi visión no necesariamente se refleja en el proyecto y lo acepto, pero yo digo que la lógica de las licencias es ordenar, y esto es progresivo. Es decir que el que está, ya está. Al respecto, hay algunas restricciones. Supuestamente, no se puede instalar un expendio cerca de un local escolar, por ejemplo, y esto también refleja que no se puede vender alcohol a menores de edad.

Nosotros no estamos hablando de innovar en las restricciones, y tampoco la oferta nos va a resolver todo. Aclaro que nadie está hablando de la Ley Seca. Yo impulso la idea de este proyecto, porque pienso que asumir que lo que está es lo único que podemos hacer no va a cambiar la realidad. Yo quiero poder cambiar esta realidad; que haya consumo de alcohol, pero que sea responsable.

**SEÑOR PRESIDENTE.- La idea de esta Comisión es la de sintetizar. Vamos a contar con los documentos que ustedes aportan y, eventualmente, si se entiende pertinente los volveremos a llamar para seguir conversando.**

**SEÑORA GONZÁLEZ.- Queríamos agradecer por darnos la oportunidad de expresar nuestras inquietudes.**

Creo que tenemos muchos puntos de vista en común y, como bien se dijo, a la industria no le conviene un país con problemas y menos en los temas en que están involucrados los productos que nosotros hacemos.

Sí pediríamos que se tenga una visión más regional del problema. El Uruguay no es un país estanco; podemos pensar en las mejores soluciones para acá, pero hay una enorme cantidad de frontera y una gran permeabilidad a los productos de los países limítrofes.

Deseamos que esto no se transforme en un problema mayor, en la caída de una industria que tiene más de cien años, trescientos puestos de trabajo directo, más de quinientos indirectos, que consume productos en el

país: envases de vidrio de dos a tres toneladas anuales, cartón corrugado, etiquetas. Son empleos de calidad, bien retribuidos a través de Consejos Salariales, en donde se negocia con la FOEB. Uno de esos puestos equivale a dos veces y media un puesto de servicios o comercio. Nosotros defendemos que no se pierdan esos puestos de trabajo.

Por último, les deseamos que sean muy inteligentes en todo el análisis de la problemática, a fin de llegar a la mejor solución.

**SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias.**

Tomamos nota de lo expresado. Estamos todos preocupados por legislar de la mejor manera y calidad posibles y, sobre todo, teniendo en cuenta los intereses de las mayorías.

Gracias por su visita y quedaremos en contacto.

Se levanta la reunión.